

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman perpajakan terhadap minat wajib pajak badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak.
2. Untuk mengetahui pengaruh sanksi perpajakan terhadap minat wajib pajak badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap minat wajib pajak badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

#### **B. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

Objek yang digunakan adalah wajib pajak badan. Sedangkan ruang lingkup penelitian, yakni wajib pajak badan yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Setiabudi Empat sebagai tempat penelitiannya. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh pemahaman perpajakan, sanksi perpajakan, dan sosialisasi perpajakan terhadap minat wajib badan menggunakan jasa konsultan pajak.

#### **C. Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012: 1) menjelaskan metode ilmiah sebagai berikut : “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode yang digunakan dalam

penelitian ini adalah metode kuantitatif yang merupakan metode ilmiah yang mempunyai dukungan pencapaian validitas yang tinggi realibilitasnya, artinya mempunyai peluang kebenaran ilmiah yang tinggi. Sifat kuantitatif yang dikuantifikasikan, dengan memberi bobot (*rating*), peringkat (*ranking*), atau skor (*scoring*). Dalam penelitian ini analisis kuantitatif meliputi kuesioner yang peneliti berikan ke wajib pajak badan di kantor pelayanan pajak Setiabudi 4 Jakarta Selatan.

#### **D. Populasi dan Sampling**

##### **1. Populasi**

Menurut Moh. Nazir (2009: 271) megemukakan pengertian populasi bahwa : “Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditentukan. Ciri atau kualitas itu dinamakan variabel. Populasi pada penelitian ini adalah wajib pajak badan yang terdaftar di kantor pelayanan pajak Setiabudi 4 Jakarta Selatan sebanyak 11.761 badan per tanggal 16 Mei 2017.

##### **2. Sampling**

Menurut Prof.Dr.Sugiyono (2012: 91) menjabarkan definisi sampel bahwa : “Sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”. Sedangkan menurut Moh.Nazir (2009: 271), sampel adalah bagian dari populasi. Survey sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dan digunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini sangat diperlukan karena tidak memungkinkan peneliti menjadikan semua wajib pajak badan menjadi respondennya karena keterbatasan waktu, biaya, tenaga, pikiran, dan fasilitas. Oleh karena itu, untuk menentukan sampel maka digunakan metode *purposive sampling* (sampel bertujuan). Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2012: 96) mengemukakan pengertian *purposive sampling* sebagai berikut : “*Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

*Purposive sampling* mempunyai tujuan tertentu atas beberapa pertimbangan peneliti. Pertimbangan itu antara lain misalnya keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan yakni wajib pajak yang akan menjadi responden dalam penelitian ini yaitu wajib pajak badan, wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Setiabudi 4 Jakarta Selatan, dan wajib pajak badan tersebut belum menggunakan jasa konsultan pajak. Meskipun demikian, peneliti harus mempertimbangkan bahwa sampel harus mewakili, sampel harus diambil dari subjek yang banyak mengandung ciri-ciri yang ada pada populasi (*key subject*)”.

Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batasan kesalahan yang masih dalam batas toleransi, dalam penelitian ini menggunakan 10%

Perhitungan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{11.761}{1 + 11.761 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{11.761}{1 + 117,61}$$

$$n = 99,156 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, dengan populasi sebanyak 11.761 unit, maka jumlah sampel sebanyak 99,156 (dibulatkan menjadi 100), langkah selanjutnya melakukan penyebaran kuesioner kepada wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Setiabudi 4 Jakarta Selatan.

### 3. Jenis dan sumber data

Jenis data dibagi menjadi dua yakni data kualitatif dan data kuantitatif, yang digunakan dalam penelitian ini yakni data kuantitatif yaitu data hasil isian kuesioner. Sedangkan sumber data dibagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder, peneliti menggunakan data primer yang datanya diperoleh langsung dari KPP Setiabudi 4 yang berupa jumlah wajib pajak badan dan melakukan penyebaran kuesioner. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yakni wajib pajak badan di kantor pelayanan pajak Setiabudi 4 Jakarta Selatan.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### 1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya dan cocok digunakan untuk responden yang jumlahnya cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Menurut

Sugiyono (2012: 162), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Ini teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Sebelum menyebar kuesioner, praktikan membuat surat pengajuan penelitian ke kantor wilayah direktorat jenderal pajak untuk meminta persetujuan meneliti ke KPP Setiabudi 4. Setelah itu, praktikan meminta jumlah wajib pajak badan untuk menghitung berapa sampel yang harus dipenuhi. Jumlah wajib pajak badan sebesar 11.761 unit. Perhitungan menggunakan rumus slovin yang didapatkan hasil sebesar 99,156 yang dibulatkan menjadi 100.

Sedangkan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang akan dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Instrumen penelitian yang menggunakan skala *likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. (Sugiyono 2012: 107).

Cara penilaiannya sebagai berikut :

Tabel III.1

Skala *likert*

5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (ST)
3	Ragu-ragu (RG)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

*Sumber : Data diolah oleh penulis (2017)*

## 2. Operasionalisasi variabel penelitian

Menurut Nazir (2009: 126), definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Definisi operasional akan membantu kelancaran komunikasi antar peneliti. Dengan memberikan definisi yang jelas tentang maksud dari variabel-variabel penelitiannya, diharapkan setiap peneliti akan mempunyai persepsi yang sama terhadap suatu variabel ataupun klasifikasi tertentu dari variabel.

Variabel dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi variabel dependen (Y) dan variabel independen (X), yaitu:

### a) Variabel dependen

Menurut Sugiyono (2012: 40), variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam

penelitian ini adalah Y : Minat Wajib Pajak Badan Menggunakan Jasa Konsultan Pajak

1) Definisi Konseptual

Suatu rasa kecenderungan yang tinggi tanpa suatu paksaan dari pihak lain dalam menggunakan jasa konsultan pajak (Fadheil: 2014: 44).

2) Definisi Operasional

Indikator yang dapat mengukur variabel minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Terdapat masalah perpajakan
- b. Kebuntuan dalam menghadapi masalah perpajakan
- c. Konsultan pajak ahli dalam menangani perpajakan
- d. Staf perpajakan yang kurang handal
- e. Jasa-jasa yang dianggap penting oleh responden
- f. Kurangnya informasi mengenai peraturan perpajakan yang terbaru

b) Variabel independen

Menurut Sugiyono (2012: 39), variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu :

### 1) **Pemahaman Perpajakan ( $X_1$ )**

#### a. Definisi Konseptual

Menurut Hardiningsih (2011), pemahaman perpajakan terhadap peraturan perpajakan adalah cara wajib pajak dalam memahami peraturan perpajakan yang telah ada.

#### b. Definisi Operasional

Indikator untuk mengukur pemahaman perpajakan yaitu :

1. Pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan serta undang-undang perpajakan
2. Pemahaman tentang hak wajib pajak badan
3. Pemahaman tentang kewajiban wajib pajak badan
4. Menghitung, membayar, dan melapor pajak yang terutang
5. Pemutakhiran info peraturan perpajakan

### 2) **Sanksi Perpajakan ( $X_2$ )**

#### a. Definisi Konseptual

Sanksi perpajakan menurut Siti Resmi (2012: 67) yakni sanksi perpajakan terjadi karena terdapat pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan.

#### b. Definisi Operasional

Indikator untuk mengukur sanksi perpajakan yaitu :

1. Sanksi administrasi
2. Sanksi pidana

### 3) **Sosialisasi Perpajakan ( $X_3$ )**

#### a. Definisi Konseptual

Sosialisasi perpajakan yaitu upaya dari direktorat jenderal pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan.

## b. Definisi Operasional

Indikator untuk mengukur sosialisasi perpajakan yaitu :

1. Waktu sosialisasi
2. Materi sosialisasi
3. Media sosialisasi
4. Sasaran sosialisasi

**Tabel III.2**  
**Indikator operasionalisasi variabel penelitian**

Variabel	Sumber	Indikator	Nomor Butir
Pemahaman Perpajakan (X <sub>1</sub> )	Stephany (2013) Bobby dan Elisa (2013) Fadheil dan Andri (2014)	1. Pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan serta undang-undang perpajakan 2. Pemahaman tentang hak wajib pajak badan 3. Pemahaman tentang kewajiban wajib pajak badan 4. Menghitung, membayar, dan melaporkan pajak yang terutang 5. Pemutakhiran info peraturan perpajakan	1,3 4 4 5,6,7 2,8,9
Sanksi Perpajakan (X <sub>2</sub> )	Stephany (2013)	1. Sanksi administrasi 2. Sanksi pidana	1,2,3,4,8 5,6,7,8,9
Sosialisasi Perpajakan (X <sub>3</sub> )	Stephany (2013)	1. Waktu sosialisasi 2. Materi sosialisasi 3. Media sosialisasi 4. Sasaran sosialisasi	1,2,3 4,5,6,10 7,8 9
Minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak (Y)	Stephany (2013) Bobby dan Elisa (2013) Fadheil dan Andri (2014)	1. Terdapat masalah perpajakan 2. Kebuntuan dalam menghadapi masalah perpajakan 3. Konsultan pajak ahli dalam menangani perpajakan 4. Staf perpajakan yang kurang handal 5. Jasa-jasa yang dianggap penting oleh responden 6. Kurangnya informasi mengenai peraturan perpajakan yang terbaru	3 4,10 1 6 7,8,9 2,5

*Sumber : Data diolah oleh penulis (2017)*

## F. Teknik Analisa Data

Analisa data ini bertujuan untuk menyederhanakan data agar lebih mudah diinterpretasikan. Instrumen yang tidak teruji validitas dan reliabilitasnya, akan menghasilkan data yang sulit dipercaya kebenarannya. Oleh karena itu, setiap instrumen tersebut harus diuji kevalidan dan kereliabilitasnya dengan menggunakan program *software* SPSS versi 24,0. Untuk menguji hipotesis dilakukan analisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### 1. Uji Kualitas Data

#### a) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012: 137), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program *software* SPSS versi 24.0.

Dalam penelitian ini uji validitas dipergunakan untuk mengukur apakah kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan sudah sesuai atau benar. Uji validitas pada dasarnya dilakukan dengan melihat korelasi antar skor dari masing-masing data dibanding dengan skor totalnya. Validitas dapat dicek melalui  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner dianggap valid (Imam Ghozali, 2016:53).

b) Uji Reliabilitas

Menurut Saifuddin (2012: 110), reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsisten atau tidak berubah-ubah. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel (dapat dipercaya) atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai  $\alpha > 0,070$ . Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan yang tidak memenuhi maka tidak perlu diteruskan untuk melakukan uji reliabilitas.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji normalitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 154), menjelaskan tujuan uji normalitas, bahwa uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki nilai residual yang terdistribusi normal, untuk mendeteksinya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaliknya maka tidak memenuhi asumsi normalitas. (Stephany : 2013)

b) Uji multikolonieritas

Menurut Imam Ghozali (2016: 154), menjelaskan tujuan uji multikolonieritas, bahwa uji multikolonieritas digunakan untuk

menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel-variabel independen. (Stephany : 2013)

c) Uji heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 154), menjelaskan tujuan uji heteroskedastisitas, bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika nilai probabilitas signifikasinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. (Stephany : 2013)

3. Uji regresi linier berganda

Menurut Imam Ghozali (2016: 154), menjelaskan tujuan uji regresi linier berganda, bahwa uji regresi linier berganda digunakan apabila suatu variabel terikat (*dependent variable*) tergantung kepada lebih dari satu variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini analisa regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas < pemahaman perpajakan ( $X_1$ ), sanksi perpajakan ( $X_2$ ), dan sosialisasi perpajakan ( $X_3$ ) > terhadap variabel terikat minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak.

Model yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana :

Y	= Minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak
X <sub>1</sub>	= Pemahaman perpajakan
X <sub>2</sub>	= Sanksi perpajakan
X <sub>3</sub>	= Sosialisasi perpajakan
β <sub>1</sub> , β <sub>2</sub> , β <sub>3</sub>	= koefisien variabel bebas
ε	= Error

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Langkah-langkah uji t adalah :

- 1) Pengujian pengaruh variabel pemahaman perpajakan (X<sub>1</sub>) terhadap variabel minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak (Y)
- 2) Pengujian pengaruh variabel sanksi perpajakan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak (Y)
- 3) Pengujian pengaruh variabel sosialisasi perpajakan (X<sub>3</sub>) terhadap variabel minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak (Y)

b. Uji  $R^2$

Uji  $R^2$  atau uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini seberapa besar minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak dapat diterangkan oleh pemahaman perpajakan ( $X_1$ ), sanksi perpajakan ( $X_2$ ), dan sosialisasi perpajakan ( $X_3$ ). Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 dan 1. Semakin besar nilai  $R^2$ , maka semakin baik variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sebaliknya semakin rendah nilai  $R^2$  maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas.

c. Uji f

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (pemahaman perpajakan, sanksi perpajakan, dan sosialisasi perpajakan) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (minat wajib pajak badan menggunakan jasa konsultan pajak). Jika nilai signifikansi  $\leq 5\%$  (0,05) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel dependen terhadap variabel independen, dan sebaliknya.